

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Sistem Informasi
Skripsi Sarjana Komputer
Semester Ganjil tahun 2005/2006

Analisis dan Perancangan Sistem Pemasaran Berbasis Web Pada Perumahan Bukit Golf Mediterania

Melany	0600615551
Yusnaliani	0600618793
Eris Chandrawaty	0600636120
Kelas/Kelompok :	07 PAM / 05

Abstrak

Tujuan Penelitian adalah merancang aplikasi *e-marketing* yang menyediakan informasi tentang properti yang sedang dipasarkan selama 24 jam kepada pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis *seven stages cycle of internet marketing* dan mengumpulkan data dengan melakukan *survey*.

Hasil yang dicapai adalah Bukit Golf Mediterania dapat mengimplementasikan *internet marketing* dan menentukan segmentasi Bukit Golf Mediterania adalah masyarakat golongan atas yang berpenghasilan besar, khususnya masyarakat di daerah Jakarta Utara dan Jakarta Barat.

Simpulannya adalah dengan adanya *internet marketing*, Bukit Golf Mediterania dapat lebih efektif dalam melakukan pemasaran. Dengan adanya *internet marketing*, para calon pelanggan juga dapat dengan mudah mencari informasi tanpa harus meninggalkan tempat kerja atau rumah.

Kata Kunci : Pemasaran, *Web*, Perumahan

Prakata

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan puji syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik-baiknya sesuai dengan kemampuan yang ada, tetapi penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak terlalu sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis serta keterbatasan data dan waktu yang diperlukan sebagai materi skripsi ini.

Dalam kesempatan yang berbahagia ini, perkenankanlah penulis untuk menyampaikan rasa yang tulus atas dorongan, bantuan kerjasama, bimbingan, serta pengarahan dari berbagai pihak. Untuk semua ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Gerrard Polla M.App, Sc, selaku rektor dari Universitas Bina Nusantara yang telah memberikan kami kesempatan untuk kuliah di Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Sablin Yusuf, selaku dekan Fasilkom yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menulis skripsi ini.
3. Bapak Siswono S.Kom, MM, selaku kepala jurusan Fasilkom dan dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu memberikan pengarahan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.

4. Bapak Sugeng Kengadi sebagai Manajer Marketing Bukit Golf Mediterania beserta para staff yang telah bersedia memberikan kesempatan pada kami untuk melakukan survey dan wawancara.
5. Seluruh dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pendidikan selama masa perkuliahan.
6. Orang tua kami serta sanak saudara yang telah memberikan dukungan doa dan materi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Rekan-rekan dan pihak-pihak lain, yang telah turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Januari 2006

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul Luar	i
Halaman Judul Dalam	ii
Halaman Persetujuan <i>Hardcover</i>	iii
Halaman Pernyataan Dewan Penguji	iv
Abstrak	v
Prakata	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Ruang Lingkup	2
1.3	Tujuan dan Manfaat	2
1.4	Metodologi Penelitian	2
1.5	Sistematika Penulisan	3

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1	Pengertian Sistem	5
2.2	Pemasaran	
2.2.1	Pengertian Pemasaran	6

2.2.2	Konsep dari Pemasaran	6
2.3	<i>Internet Marketing</i>	
2.3.1	Pengertian <i>Internet Marketing</i>	6
2.3.2	Keuntungan dari <i>Internet Marketing</i>	7
2.3.3	Tujuh Tingkatan Langkah Dalam <i>Internet marketing</i>	8
2.3.4	Perbedaan antara <i>Internet Marketing</i> Dengan Tradisional <i>Marketing</i>	42
2.5	Delapan Aturan Emas Perancangan Dialog	45
BAB 3	ANALISA SISTEM	
3.1	Sejarah Perusahaan	46
3.2	Struktur Organisasi	47
3.3	Wewenang dan Tugas	49
3.4	Prosedur yang Sedang Berjalan	52
3.5	<i>Analisa Framing the Market Opportunity</i>	
3.5.1	<i>Investigate Opportunity in an Existing or New Value System</i>	54
3.5.2	<i>Identify Unmet or Underserved Needs</i>	57
3.5.3	<i>Determine Target Customer Segments</i>	59
3.5.4	<i>Assess Resource Requirements to Deliver the Offering</i>	60
3.5.5	<i>Assess Competitive, Technological, and</i>	

	<i>Financial Attractiveness of Opportunity</i>	61
3.5.6	<i>Conduct a Go / No-go Assessment</i>	64
3.6	<i>Formulating The Marketing Strategy</i>	
3.6.1	<i>Strategy Marketing</i>	65
3.6.2	<i>Strategy E-Marketing</i>	
	3.6.2.1 <i>Segmentation</i>	66
	3.6.2.2 <i>Targeting</i>	68
	3.6.2.3 <i>Positioning</i>	69
3.7	<i>Customer Experience</i>	70
BAB 4	RANCANGAN SISTEM YANG DIUSULKAN	
4.1	<i>Crafting the Customer Interface</i>	
4.1.1	<i>Context</i>	76
4.1.2	<i>Content</i>	77
4.1.3	<i>Community</i>	79
4.1.4	<i>Customization</i>	79
4.1.5	<i>Communication</i>	79
4.1.6	<i>Connection</i>	80
4.1.7	<i>Commerce</i>	81
4.2	<i>Designing the Marketing Program</i>	
4.2.1	<i>Creating Customer Relationships</i>	
	<i>Through The Web</i>	
	4.2.1.1 <i>Awareness</i>	82

4.2.1.2	<i>Exploration/Expansion</i>	85
4.2.1.3	<i>Commitment</i>	87
4.2.1.4	<i>Dissolution</i>	88
4.3	<i>Leveraging Customer Information Through Technology</i>	
4.3.1	<i>Marketing Research</i>	89
4.3.2	<i>Struktur Database</i>	90
4.4	<i>Evaluating the Marketing Program</i>	
4.5	<i>System Requirement</i>	
4.6	<i>Navigation Diagram</i>	

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

5.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

FOTOCOPY SURAT SURVEI

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan antara <i>internet marketing</i> dengan tradisional <i>marketing</i>	43
Tabel 3.1	Peluang Bukit Golf Mediterania	54
Tabel 3.2	Target <i>segment</i> berdasarkan pendapatan dan wilayah	60
Tabel 3.3	<i>Bricks-and-Mortar Segmentation Scenarios</i>	67
Tabel 3.4	<i>Bricks-and-Mortar Targeting Scenarios</i>	69
Tabel 3.5	<i>Stages of Customer Experience</i>	72
Tabel 3.7	<i>Steps in The Process of Creating a Desirable Customer Experience</i>	75
Tabel 4.1	<i>Marketspace metrics</i>	89
Tabel 4.2	Struktur database Bukit Golf Mediterania	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka untuk Peluang Pasar	10
Gambar 2.3	<i>Marketing Metrics Framework</i>	41
Gambar 2.4	Tujuh tingkatan dalam <i>internet marketing</i>	42
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Bukit Golf Mediterania	48
Gambar 3.2	Prosedur yang sedang berjalan	53
Gambar 3.3	Kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi	56
Gambar 3.4	Kemudahan pelanggan dalam mendapatkan informasi	57
Gambar 3.5	Asal pelanggan mendapatkan informasi	58
Gambar 3.6	Frekuensi pelanggan menggunakan internet	58
Gambar 3.7	Pendapat pelanggan tentang fasilitas membuat perjanjian melihat rumah contoh	59
Gambar 3.8	<i>Target segment</i> berdasarkan wilayah pembeli	60
Gambar 3.9	<i>Competitor Map</i> – Bukit Golf Mediterania	62
Gambar 3.10	Pertumbuhan Pembelian Bukit Golf Mediterania	63
Gambar 3.11	Penilaian peluang pada Bukit Golf Mediterania	64
Gambar 4.1	Halaman <i>home</i> Bukit Golf Mediterania	77
Gambar 4.2	Halaman produk Bukit Golf Mediterania	78
Gambar 4.3	Halaman <i>testimonial</i> Bukit Golf Mediterania	80
Gambar 4.4	<i>Link</i> ke bank	81
Gambar 4.5	Pendapat responden tentang navigasi dalam <i>website</i>	

Gambar 4.6 Pendapat responden tentang kualitas grafis

Gambar 4.7 Pendapat responden tentang kata – kata yang
digunakan dalam *website*

Gambar 4.8 Pendapat responden tentang Fitur dalam *website*

Gambar 4.9 Pendapat responden tentang *website* Bukit Golf Mediterania

Gambar 4.10 IRD

Gambar 4.11 *Navigation diagram user*

Gambar 4.12 Nav

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1	Tampilan Halaman <i>Home</i>	L1
Gambar 2	Tampilan Halaman <i>Result Polling</i>	L2
Gambar 3	Tampilan Halaman <i>About Us</i>	L3
Gambar 4	Tampilan Halaman <i>Residential</i>	L4
Gambar 5	Tampilan Halaman <i>Residential List</i>	L5
Gambar 6	Tampilan Halaman <i>Installment Payment Residential</i>	L6
Gambar 7	Tampilan Halaman <i>Make Appointment Residential</i>	L7
Gambar 8	Tampilan Halaman <i>Interested in This Property</i>	L8
Gambar 9	Tampilan Halaman <i>Residential Sell List</i>	L9
Gambar 10	Tampilan Halaman <i>View Cluster / Search By Cluster</i>	L10
Gambar 11	Tampilan Halaman <i>View Site Plan Residential</i>	L11
Gambar 12	Tampilan Halaman <i>Commercil</i>	L12
Gambar 13	Tampilan Halaman <i>View Site Plan Commercil</i>	L13
Gambar 14	Tampilan Halaman <i>Commecil Sell List / Search By Type</i>	L14
Gambar 15	Tampilan Halaman <i>Search Residential By Price</i>	L15
Gambar 16	Tampilan Halaman <i>Search Residential By Size</i>	L16
Gambar 17	Tampilan Halaman <i>Search Commercil By Price</i>	L17
Gambar 18	Tampilan Halaman <i>Specification</i>	L18
Gambar 19	Tampilan Halaman <i>Fasilitas</i>	L19
Gambar 20	Tampilan Halaman <i>Testimonial</i>	L20
Gambar 21	Tampilan Halaman <i>Add Testimonial</i>	L21
Gambar 22	Tampilan Halaman <i>Tips of Decoration</i>	L22

Gambar 23	Tampilan Halaman <i>Progress</i>	L23
Gambar 24	Tampilan Halaman <i>Future Development</i>	L24
Gambar 25	Tampilan Halaman <i>Service</i>	L25
Gambar 26	Tampilan Halaman <i>Sign In</i> untuk Member Baru	L26
Gambar 27	Tampilan Halaman Edit <i>Profile</i> (Non Pemilik/Penghuni)	L27
Gambar 28	Tampilan Halaman <i>Forget Password</i>	L28
Gambar 29	Tampilan Halaman <i>Location</i>	L29
Gambar 30	Tampilan Halaman <i>Site Map</i>	L30
Gambar 31	Tampilan Halaman <i>Home Admin</i>	L31
Gambar 32	Tampilan Halaman Edit Data Produk	L32
Gambar 33	Tampilan Halaman Tambah Data Produk	L33
Gambar 34	Tampilan Halaman Edit Event	L34
Gambar 35	Tampilan Halaman Edit <i>Progress</i>	L35
Gambar 36	Tampilan Halaman <i>View Member</i>	L36
Gambar 37	Tampilan Halaman Edit <i>Polling</i>	L37
Gambar 38	Tampilan Halaman <i>Home Member</i> (Pemilik/Penghuni)	L38
Gambar 39	Tampilan Halaman Edit <i>Profil</i> (Pemilik/Penghuni)	L39
Gambar 40	Tampilan Halaman <i>Admin Polling</i>	L40
Gambar 41	Tampilan Halaman Edit <i>Testimonial</i>	L41